

Освітлені основні питання для вивчення дисципліни товарознавства. Крім того, ключовими питанням в сфері торгівлі стосовно товарознавства виділені якість продукції та її асортимент. Основні завданнями для практичної діяльності підприємців розглянуті у п'яти сферах.

Список літератури: 1 Пугачевський, Г. Ф. Зародження, становлення та розвиток товарознавства в Україні [Текст] / Г. Ф. Пугачевський // Товарознавство – наука, практика та перспективи розвитку в умовах ринку : Міжнар. наук.-практ. конф., 1999 р., 24-25 лист : [матеріали]. – К. : КДТЕУ, 1999. – С. 206-210. 2. Ценность. Философский энциклопедический словарь [Текст] / Гл. ред. Л. Ф. Ильичев [и др.]. – М. : Сов. энцикл., 1983. – С. 765. 3. Законодательные акты Украины по вопросам стандартизации, метрологии и сертификации, К, 1993 год. 4"Управление качеством продукции ИСО 9000 – ИСО 9004, ИСО 8402", М, "Издательство стандартов", 1998 год. 5. Дэвид Бодди, "Основы управления качеством", Санкт-Петербург, "Питер", 1999 год. 6. Ильенкова С.Д. и др. – Управление качеством. Учебник для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999.

Надійшла до редколегії 15.03.12

УДК 339.1

О.Є. ГАПОНЕНКО, канд. екон. наук, ст. викладач, НТУ «ХПІ», Харків
ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ

Стаття присвячена характеристиці принципів організації ефективної торгівлі та тенденцій розвитку вітчизняних торгівельних мереж.

Ключові слова: організація торгівлі, принципи організації торгівлі, комерційна діяльність, оборот роздрібною торгівлі.

Статья посвящена характеристике принципов организации эффективной торговли и тенденций развития отечественных торговых сетей.

Ключевые слова: организация торговли, принципы организации торговли, коммерческая деятельность, оборот розничной торговли.

The article is about characteristic of touchstones of effectiveness trade organization and tendency of development of trading network. in our country.

Keywords: organization of trade, principles of organization of trade, commercial activity, turn of retail business.

Вступ. Одним із напрямків соціально-економічний розвитку на мікро- та макрорівні є забезпечення ефективної організації торгівлі. Тому виникає потреба в аналізі та обґрунтування основних принципів організації торгівельної діяльності, що відобразили у своїх роботах О. М. Азарян [1]

В.В. Апопій [2] та ін. дослідження літератури у даному напрямку дозволило видіти основні характеристики принципів організації торгівлі та критерії їх ідентифікації. Проте проведених аналіз джерел потребує обґрунтування усього комплексу параметрів, що можуть бути покладено в основу формування системи принципів організації торгівлі та оцінки тенденцій її розвитку (на прикладі роздрібною торгівлі).

Постановка задачі. Мета статті полягає у формуванні концепції принципів організації торгівлі на підприємстві та в обґрунтуванні доцільності її практичного використання.

Методологія. Теоретичну та методологічну основу досліджень склали наукові праці та методичні розробки вітчизняних та зарубіжних фахівців, що аналізують основні принципи організації діяльності торговельного підприємства. Крім того, у процесі дослідження було використано методи системного аналізу економічних явищ, графічний метод.

Результати дослідження. Перш за все доцільно звернутися до розгляду поняття організація торгівлі. Організація торгівлі являє собою сукупність упорядкованих і взаємодіючих організаційних елементів (торговельних підприємств, організацій, підсистем), що створюють цілісну систему, а також комплекс цілеспрямованих організуючих дій, що забезпечують функціонування торгівлі. Отже, організація торгівлі охоплює організаційну структуру (організаційну побудову) і організаційну діяльність [1].

В.В. Апопій виділяє наступні принципи організації торгівлі (рис. 1), критерієм формування яких є загальносистемні принципи організації, принципи побудови організаційних систем та принципи організації процесів.

Так, найбільший інтерес представляє собою другий блок принципів, на яких доцільно зупинитися детальніше. Принцип цілісності системи передбачає необхідність розгляду організації як єдиного цілого. У торгівлі цілісності організаційних систем слід досягати не тільки за рахунок складових елементів і системи відносин, а також їх оптимізації, концентрації, якісного рівня, однорідності та ін.

Закономірні дії у організації в сфері торгівлі відображають принцип побудови організаційних систем. На їх основі здійснюється не тільки побудова, а й функціонування і розвиток систем і підсистем у торгівлі.

Принцип необхідного різноманіття передбачає, що багатоманітність складної системи потребує організації й управління, які характеризувалися б достатньою різноманітністю. Разом з тим надзвичайно важливо, щоб системі відповідала адекватна організаційна структура. Узгодженість структури і системи організаційного забезпечення її функціонування має величезнепрактичне значення при проектуванні, трансформації, вдосконаленні організаційних систем у торгівлі.

Принцип ємерджентності полягає в тому, що властивості цілісної системи дедалі більше відрізняються від властивостей складових у мірі збільшення розриву між розмірами цілого і складових. Цей принцип вказує на необхідність всебічного узгодження не тільки структури елементів системи, але і їх цілей і порядку взаємодії.



Рис. 1 – Основні принципи організації торгівлі [2]

Основними умовами реалізації 3-го блоку принципів організації торговельних процесів на торговельних підприємствах є :

- забезпечення комплексного підходу до виробітки оптимальних варіантів продажу товарів;
- досягнення оптимальної ефективності технологічного процесу шляхом прискорення обігу товарів, економії праці, зростання його продуктивності;
- забезпечення найліпших умов вибору товарів, економія часу, високий рівень торговельного обслуговування.

Існуючий у російській навчальній літературі підхід до принципів управління комерційної діяльністю [3, 4] має аналогічні корні та може бути представлений наступними чином (рис. 2).

Розглянемо більш детально зміст елементів наведеної схеми:

1. забезпечення узгодженості між підрозділами. Кожному підрозділу (службі) торговельного підприємства властиві певні виконавчі функції, тобто вони володіють у тій або іншій мірі автономністю. Поряд із тим їх дії повинні бути скоординовані та узгоджені у часі, що обумовлює єдність системи управління торговельними підприємством;

2. забезпечення взаємодії між комерційною діяльністю та цілями торговельного підприємства. Комерційна діяльність формується та змінюється у відповідності до інтересів та потреб підприємства. Відповідно, функції управління комерцією реалізуються з урахуванням цілей торговельного підприємства;

3. забезпечення ієрархічності структури управління. Характерною ознакою управління є ієрархічний ранг. Організація управління комерційною діяльністю повинна бути орієнтована на вертикальні та горизонтальні зв'язки.

4. забезпечення комплексного підходу в управлінні. З позиції комплексності приймаються до уваги усі фактори, що впливають на управлінські рішення. Передбачається також зв'язок комерційних процесів торговельного підприємства із суб'єктами зовнішнього середовища.

5. забезпечення адаптованості структури управління. Зовнішнє та внутрішнє середовище постійно змінюється. Особливо це проявляється у період зародження споживчого ринку. Тому гнучкість та пристосовуваність структури управління комерційною діяльністю до змін та умов зовнішнього середовища має суттєве значення.

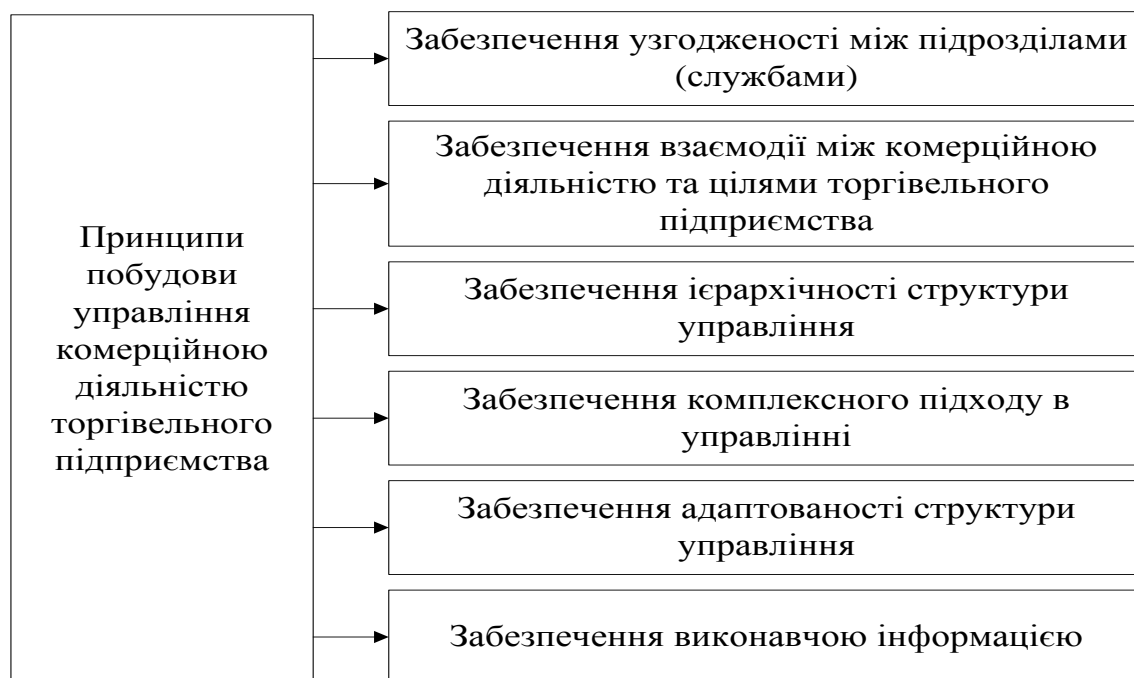


Рис. 2 – Основні принципи побудови управління комерційною діяльністю

Звичайно, дотримання принципів організації торгівлі грає важливу роль в розвитку ефективної торговельної діяльності. Оцінити ситуацію, що склалася у цій сфері в Україні, можливо на основі статистичного матеріалу (на прикладі роздрібного товарообігу).

Так, за даними Держкомстату, в 2010 р. обсяг роздрібного товарообігу України становив 529,9 млрд. грн., що в порівняльних цінах на 7,6% більше від обсягу попереднього року [5]. Для оцінювання тенденцій розвитку торговельних мереж важливо визначити насиченість українського ринку продовольчої роздрібної торгівлі (рис. 3). Виходячи з рис. 3, у 2009 р. спостерігалось різке скорочення обороту роздрібної торгівлі, а у 2010-2011 рр. деяке його пожвавлення.

Висновки. Сучасне ринкове середовище спонукає суб'єктів господарювання до дотримання принципів ефективної організації торгівлі, зокрема це реалізується за рахунок оптимізації торговельних площ, асортименту, товарообі-

гу. У цьому аспекті проблема управління комерційною функцією полягає у відсутності дієвих методик адекватного оцінювання розвитку, що вимагає комплексного підходу до вирішення.

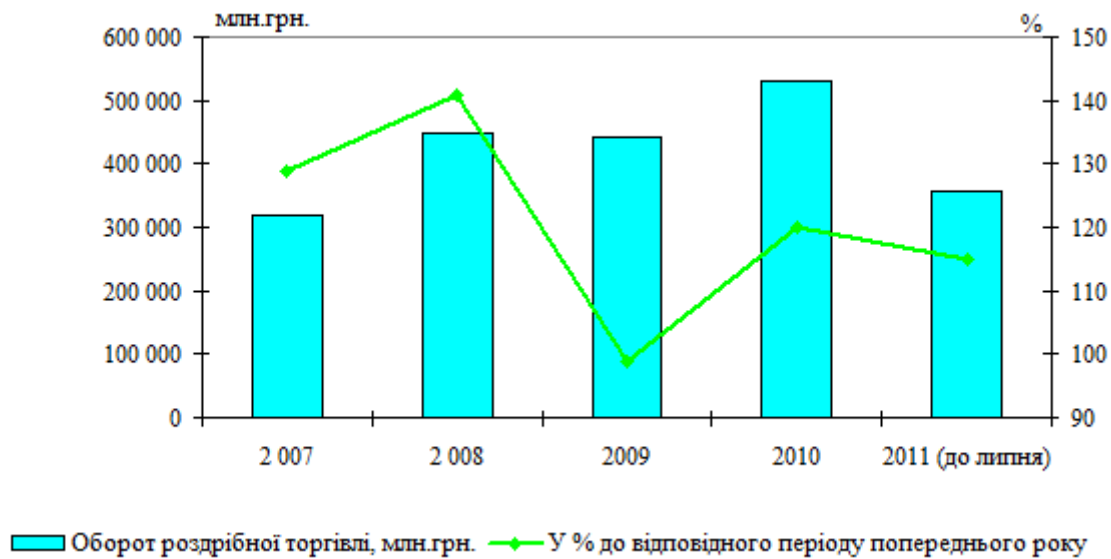


Рис. 3 – Обсяг роздрібного товарообороту за 2007-2011 рр., млн. грн [5]

Список літератури: 1. *Азарян О. М.* Організація і технологія торгівлі : навч. посіб. / О.М. Азарян, Е.М. Локтев, В.П. Оліфіров. – Донецьк : Дмитренко, 2007. – 528 с. 2. *Анопій В.В., Міщук І.П.* Організація торгівлі. – Підручник 3-тє вид. / за редакцією Анопія В.В. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 632 с. 3. Основы организации деятельности розничного торгового предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://korolewstvo.narod.ru/torgstat/roznpr.htm>; 4. *Егоров В.Ф.* Организация торговли: учебник / В.Ф. Егоров. – СПб.: Изд-во Питер, 2010. – 352 с. 5. Державна служба статистики України. Статистична інформація – Споживчий ринок – Обсяги обороту роздрібної торгівлі за періоди 2007-2011 рр. – [Електронний ресурс] – режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Надійшла до редколегії 25.03.12

УДК 338

О.Є. ГАПОНЕНКО, канд. екон. наук, ст. викладач, НТУ «ХПІ», Харків,
Г.В. ЧУБЧЕНКО, аспірант, НТУ «ХПІ», Харків.

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОРТФЕЛЮ ПІДПРИЄМСТВ НА БАЗІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

В статті розглядається сутність та зміст поняття інноваційного портфелю, наведені критерії та принципи реалізації маркетингових досліджень на підприємстві для успішного функціонування портфелю інновацій.

Ключові слова: маркетингові дослідження, портфель інноваційних проектів, доля ринку, інноваційний портфель

В статье рассматривается сущность и содержание понятия инновационного портфеля, приведенные критерии и принципы реализации маркетинговых исследований на предприятии для успешного функционирования портфеля инноваций.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, портфель инновационных проектов, судьба рынка, инновационный портфель.